

**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada Warnet Access. Net
(Studi Di Kota Gresik - Jawa Timur)**

SKRIPSI



Diajukan oleh :

ERWIN WIRARAJA
0212010121/FE/EM

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2007**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah S.W.T karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warnet Access. Net di Gresik”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Mayjen (Purn) Drs. H. Warsito, SH, MM selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Ec. Hj. Siti Aminah, MM sebagai Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

4. Segenap staff Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak pengetahuan selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua dan semua pihak yang ikut membantu yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa apa yang telah disajikan masih banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Juni

2007

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	
2.2.1. Tinjauan Terhadap Jasa.....	8
2.2.1.1. Definisi Jasa	8
2.2.1.2. Macam-Macam Jasa	10
2.2.1.3. Karakteristik Jasa	13
2.2.1. 4. Dimensi atau Atribut Kualitas Jasa	15

2.2.2 Persepsi Pelanggan	21
2.2.3 Kepuasan Pelanggan	25
2.2.4 Motivasi	32
2.2.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	33
2.2.6 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Pelanggan	34
2.2.7 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	35
2.3 Kerangka Konseptual	39
2.4 Hipotesis	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Variabel	41
3.2. Pengukuran Variabel	44
3.3. Teknik Penentuan Sampel	45
3.4. Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1. Jenis data	46
3.4.2. Sumber Data	46
3.4.3. Pengumpulan Data	46
3.5. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	47

3.5.1 Teknik Analisis Data	48
3.5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kuisisioner..	49
3.5.3. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit	50
3.5.4. Evaluasi Normalitas	50
3.5.5. Evaluasi Outlier	51
3.5.6. Evaluasi Multicolinearity dan Singularity	52
3.5.7. Evaluasi Model	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Karakteristik Responden	56
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan	57
4.2.1. Uji Outlier Multivariate	57
4.2.2. Uji Reliabilitas	58
4.2.3. Uji Validitas	59
4.2.4. Uji Construct Reliability dan Variance Extracted..	60
4.2.5. Uji Normalitas	61
4.2.6. Evaluasi Model One-Step Approach to SEM	62
4.2.7. Uji Kausalitas	67
4.3. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	67
4.4. Pembahasan	68
4.4.1 Implikasi Penelitian	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	70
-----------------------	----

5.2. Saran	71
------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	56
Tabel 4.1.2 Identitas Responden Menurut Umur	57
Tabel 4.2.1 Hasil Uji Outlier Multivariate	57
Tabel 4.2.2 Pengujian Reliability Consistency Internal	58
Tabel 4.2.3 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.2.4 Construct Reliability dan Variance Extracted	60
Tabel 4.2.5 Assessment of Normality	61
Tabel 4.2.7 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indexes	63
Tabel 4.2.8 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices	65
Tabel 4.2.9 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices	66
Tabel 4.2.10 Data Uji Kausalitas	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3	Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.2.7	Model Pengukuran dan Struktural	63
Gambar 4.2.8	Model Pengukuran dan Struktural	64
Gambar 4.2.9	Model Pengukuran dan Struktural	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabulasi Data Jawaban Responden

Lampiran 2. Data Uji Outlier

Lampiran 3. Data Uji Reliabilitas

Lampiran 4. Data Uji Normalitas

Lampiran 5. Data Uji Hipotesis Kausal

**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada Warnet Access. Net
(Studi Di Kota Gresik - Jawa Timur)**

oleh :

Erwin Wiraraja

Abstraksi

Pertumbuhan dan perkembangan era informasi global pada abad ke21 tidak dapat dipungkiri kehadirannya. Sejak ditemukannya ide penciptaan jaringan informasi global melalui media komputer, arus informasi mengalir deras tanpa batas. Jaringan informasi global komputer yang biasa disebut “Internet”, dimana siapapun baik itu perorangan, grup, atau perusahaan dapat memasukkan informasi ke dalamnya yang dapat berguna untuk pihak lain yang membutuhkannya. Dengan semakin banyaknya warnet-warnet baru yang bermunculan menyebabkan konsumen mempunyai lebih banyak alternatif pilihan dalam menentukan pilihannya, akibatnya persaingan pasar khususnya warnet semakin ketat. Berawal dari masalah diatas maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah untuk membuktikan pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warnet Access. Net di Gresik.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dalam bentuk kuesioner. Adapun respondennya adalah seluruh pelanggan Warnet Access. Net. Analisis yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM).

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan bahwa Faktor Service Quality tidak berpengaruh terhadap Faktor Customer Satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peranan pemasaran sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan perekonomian dewasa ini. Sejalan dengan perekonomian di negara Indonesia ini menyebabkan munculnya beraneka ragam bidang usaha yang menawarkan produk guna memenuhi kebutuhan pelanggan salah satunya adalah yang bergerak dibidang jasa yaitu penyewaan jasa internet.

Pertumbuhan dan perkembangan era informasi global pada abad ke21 tidak dapat dipungkiri kehadirannya. Tumbuh dan berkembang dengan pesat seiring timbulnya kesadaran masyarakat, terutama masyarakat yang selalu “*haus*” akan informasi, yang telah menjadi bagian dari hidup manusia sebagai suatu kebutuhan. Berbagai aspek kehidupan manusia sangat membutuhkan informasi, baik itu untuk masalah pekerjaan, pendidikan, hiburan, pemenuhan kebutuhan primer dan sekunder, dan sebagainya. Sedangkan untuk memperoleh berbagai informasi tersebut, masyarakat atau seseorang menginginkannya secara cepat dan tidak memandang perlu sumber informasi tersebut. Dengan kata lain, informasi harus secara instant didapat melalui sumber yang tidak terbatas ruang dan waktu.

Sejak ditemukannya ide penciptaan jaringan informasi global melalui media komputer, arus informasi mengalir deras tanpa batas. Jaringan informasi global komputer yang biasa disebut “Internet”, dimana siapapun baik itu perorangan, grup, atau perusahaan dapat memasukkan informasi ke dalamnya yang dapat berguna untuk pihak lain yang membutuhkannya. Sehingga seketika itu pula informasi menjadi sesuatu yang sifatnya instant serta multi-dimensi. Dikatakan instant karena proses akses berjalan hanya dalam hitungan detik (bergantung server yang digunakan) dan informasi segera tersaji. Sedangkan multi-dimensi karena mampu menghadirkan berbagai macam informasi seperti yang benar-benar dikehendaki. Masyarakat mulai mengenal, mempelajari, dan menyukai karena dapat sangat membantu mereka dalam mendapatkan informasi.

Akan tetapi terdapat beberapa kendala dalam pemakaian jasa internet ini, yaitu kendala sarana dan prasarana. Internet dapat diakses melalui komputer dengan sejumlah persyaratan tertentu yaitu komputer yang digunakan adalah menggunakan sistem operasi tertentu (yang umumnya digunakan adalah program windows) dengan processor tipe tertentu, kemampuan memori komputer (minimal 8 MB), serta dilengkapi dengan modem. Dan diperlukan koneksi pada ISP (Internet Service Provider) dengan cara berlangganan. Maka dapat dikatakan secara garis besar kendalanya adalah biaya. Sedangkan seperti diketahui bahwa kondisi ekonomi rata-rata masyarakat Indonesia termasuk pada

golongan menengah kebawah dan ekonomi lemah. Bahkan pada golongan menengah untuk membeli seperangkat komputer sederhanaupun membutuhkan pertimbangan yang matang karena masih banyak kebutuhan lain yang lebih mendesak untuk dipenuhi.

Kondisi seperti inilah yang dianggap sebagai peluang para pemasar sebagai lahan bisnis baru. Terlihat cenderung bahwa masyarakat Indonesia pada masa kini memiliki rasa ingin terhadap teknologi. Internet adalah suatu teknologi informasi yang sangat menarik untuk dijelajahi. Dengan segala kelebihannya, internet telah menarik perhatian masyarakat terutama di Indonesia untuk dapat memanfaatkan dan menikmatinya. Tetapi kemudian kita kembali terbentur pada masalah biaya sehingga kemudian muncullah usaha Warnet (warung internet) yang dapat membantu masyarakat terutama menengah kebawah yang terbentur masalah biaya masih bisa mengakses internet.

Sukses atau tidaknya suatu usaha adalah dengan adanya pelayanan yang baik. Tanpa adanya pelayanan yang baik maka kegiatan usaha tersebut tidak akan berkembang, sebab keberhasilan proses kelangsungan usaha tidak hanya bergantung pada peralatan canggih yang dimiliki tetapi pelayanan yang diberikan juga memiliki peran yang sangat besar dalam keberhasilan.

Menurut Narverban Slater (1990), orientasi pasar tersusun dari tiga elemen, yaitu; (1) Orientasi pelanggan merupakan pemahaman terhadap pelanggan, sehingga nilai tertinggi baginya dapat diberikan secara

berkesinambungan; (2) Orientasi pesaing merupakan pemahaman terhadap kelemahan-kelemahan jangka pendek dan strategi jangka panjang dari para pesaing; (3) Koordinasi antar lini fungsi perusahaan untuk mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki untuk menyampaikan nilai tertinggi bagi pelanggan. Untuk memberikan nilai tertinggi yang diterima pelanggan, seluruh pihak harus mengantarkan kualitas yang dimaksud sesuai dengan harapan pelanggan.

Berdasarkan wawancara singkat bahwa dimasa awal operasi Warnet Access.Net berjalan lancar, akan tetapi semakin banyaknya warnet-warnet baru yang bermunculan menyebabkan konsumen mempunyai lebih banyak alternatif pilihan dalam menentukan pilihannya yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Akibatnya persaingan pasar khususnya warnet semakin ketat. Meski upaya yang dilakukan oleh Warnet Access. Net dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggannya terus ditingkatkan namun kemudian diketahui bahwa terjadi penurunan tingkat pendapatan. Hal ini dapat dilihat dari data pendapatan yang diperoleh Warnet Access. Net dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Tahun 2003 digunakan sebagai tahun awal pendapatan warnet sebesar Rp.48.535.000,00, pada tahun 2004 pendapatan turun 5% dari tahun awal menjadi Rp.46.108.250,00, tahun 2005 pendapatan menurun 6% dari tahun awal menjadi Rp.45.622.900,00.

Maka dilihat dari permasalahan diatas tingkat pendapatan Warnet setiap tahunnya mengalami penurunan yang ditimbulkan persaingan yang

semakin ketat dan adanya komplain dari pelanggan tetapi jenis komplainnya secara lisan (langsung) dan tidak tertulis. Contoh komplainnya seperti : komputer macet, akses lambat, keyboard trouble, headphone rusak, dsb. Dalam satu hari pihak warnet menerima komplain antara 3-5 kali dari pelanggan, pada saat pelanggan melakukan komplain pada saat itu juga pihak warnet sebisa mungkin langsung menangani komplain atau keluhan dari pelanggan tersebut sehingga permasalahan bisa cepat selesai dan pelanggan merasa puas (wawancara langsung dengan karyawan Sense Mirsa).

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka permasalahan yang diambil adalah :

- Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Warnet Access. Net di Gresik?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah

- Untuk membuktikan pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warnet Access. Net di Gresik.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Warnet

Skripsi ini dapat menjadi sumber informasi untuk meningkatkan upaya perbaikan aspek layanan baik secara umum maupun secara khusus guna memuaskan para pelanggan warnet khususnya Warnet Access. Net.

2. Bagi Peneliti

Dapat menerapkan teori atau ilmu yang telah didapatkan selama mengikuti kegiatan perkuliahan dan menambah pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas layanan.

3. Bagi Lembaga

Menambah pembendaharaan perpustakaan dan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa lain yang mengadakan penelitian dengan judul yang sama dimasa yang akan datang.

